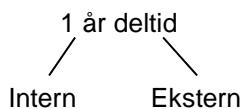


## Afskrift fra plancher – Netværksmøde den 17. april 2012

- Kommunikation med deltidskunderne
  - Muligheder i kommunikation
- Segmentering af kunder
- Mailrådgivning
  - Kvalitet
  - Troværdighed
  - Tilfredshed
  - Økonomi
- Hvordan natur produkt?
- Nøglerådgiver
  - Mersalg
  - Kundepleje

- 
- Handlingsplan



- Handlingsplan deltidskunden 2013 ?
  - Hvad vil jeg med ham/hende?
- Fokusgruppe
  - Kvalificering

- 
- Kundepleje
  - Nye kunder
  - Natur (hvad menes) ?
  - Selvforsyning
  - Hvad vil de have ?
    - Kundeafd. i regnskabssæson
  - Kernekunder

## Handlingsplan deltid

- Hvordan involveres kollegaerne?
  - Hvilken effekt ønsker vi at opnå (målene skal være SMART)?
    - Specifikke
    - Målbare
    - Accepterede
    - Realistiske
    - Tidsbestemte
  - Produkter kontra kunder
  - Hvordan når vi kunderne?
  - Segmentering
  - Mersalg/afdækning
  - Faglige arrangementer
    - Forretning i arrangementer
    - Kvalitet i arrangementer
  - Organisering (kollegaer)
- 

## Kommunikation / segmentering

- Uvildighed
  - Nye kunder
  - Forretning
    - Værdi
    - Rådgivning
  - Kommunikation
  - Segmentering
    - Ejendomme uden for byen med jord
    - Traditionelle deltidslandmænd
  - Fokus på produkt og anvendelse
  - Hvor møder vi dem?
    - Hvor møder de os?
    - Hvor møder vi dem?
      - I byen
      - Virtuelt (unge under 25 er generelt udvidende om selvangivelsen og bliver dermed ofte snydt)
  - FRQ på hjemmesiden
- 

## Mail

- Konkrete emner til rådgivning / kommunikation via mail
- Målgruppe – alle?
- Systemløsninger
  - Pris
  - Muligheder / potentiale
- Samarbejde med erfaland.dk?
- Hvad gør andre virksomheder?
- Skal det være rådgivning?
- Eksisterende kunder / nye kunder?